

## „Reiches Land - arme Kinder Einkommen zum Auskommen“

*Kampagnen-Planung auf der KOS-Konferenz in Bielefeld 18. – 21.9.06*

Anwesende: siehe TeilnehmerInnenliste

Moderation Mo/Di: Ulrich Wohland und Andreas Traupe, ORKA

Moderation Mi: Kai Venohr (Plus-Training e.V.) u.a.

Protokoll: Andreas Traupe (ORKA), Ulrich Franz (Alogruppe beim DGB-Bonn)

### 1 Highlights und Probleme aus meiner Region

---

#### Highlights

ALG II-Bezieher dürfen für 3€ in die Staatsoper	Bestand der Erwerbslosenarbeit/bewegung	Die Fahrt zu dieser Tagung	Soziale Proteste und Friedensbewegung, Antifa, ... ziehen an einem Strang
Aktionen mit verdi	Funktionierende, enge Zusammenarbeit der Erwerbslosen-Einrichtungen	Gute Unterstützung vom verdi-Landesbezirk	100 Montagsdemos
Erfahrungen mit erfolgreichem Widerstand	keine Probleme mit Nazis	Solidarisierung auch mit anderen vom Sozialabbau Betroffenen	Deutsches Sozialforum
Koordination der ELOs im DGB	Jeden Monat eine Info-Veranstaltung	Gründung und Vernetzung von Erwerbslosenstellen	Finanzielle Unterstützung durch verdi-Bezirk und -Landesbezirk
SSW setzt sich im Kieler Landtag ein	Beratungsprojekte	Sozialtickets-Kampagne	Koordinations(versuc) der Erwerbslosenausschüsse im DGB
Dortmund übernimmt Büchergeld für Hartz IV-Kinder	Infos durch Erwerbslosen-Beirat im Job-Center	Zulauf durch Beratung	

#### Probleme

Mobilisierung bei Demos	Mobilisierung der Erwerbslosen	Soziale Ausgrenzung	Jugendarbeitslosigkeit, Spaltung der Gesellschaft
Rechtlosstellung		Jugendarbeitslosigkeit	
Kürzung auf 0 möglich	Streichung der Haushaltsmittel für unabhängige Erwerbslosengruppen	Fehlende Bewegung (Mangelnde Solidarisierung/Mobilisierung)	Stellung der Erwerbslosen bei Gewerkschaften
Berlin war Jahrzehnte verlängerte Werkbank, jetzt irrationaler Umbau in Dienstleistungsmetropole, keine Wertschöpfung mehr	Diffarmierung/Stigmatisierung	Ignoranz, Respektlosigkeit	Inkompetenz der Beschäftigten in den ARGEn
	Finanziellen Grundlagen der Arbeit der Initiativen	Ignoranz bei Ämtern/AR-Gen/Politik	Hartz IV
			Betroffene (AL) wehren sich nicht

## 2 Impuls: Kampagnen

---

### Warum brauchen wir Kampagnen?

- Kampagnen nehmen immer mehr zu, weil soziale Bewegungen schwächer geworden sind, z.B. Gewerkschaften sind weniger streikfähig
- Parteien konnten die in sie gesetzten Hoffnungen nicht erfüllen, daher Probleme selber in die Hand nehmen: durch Kampagne
- Kampagne heißt „Feldzug“ d.h. offensiv, attackierend, Möglichkeit aus der Defensive zu kommen

### Was sind Kampagnen?

- Wo unsere Kampagnen erfolgreich sind, sind sie Feldzüge für Menschenrechte.
- Politik(aktion) und Öffentlichkeitsarbeit, themenbegrenzt, zeitlich begrenzt, usw.
- Erfahrungen mit Aktionen sind da, Kampagnen führen sie in einer Strategie zusammen

### Welche Art von Kampagnen planen wir?

- Medienkampagne/Parteienwahlkampagne/PR-Kampagne: dafür haben wir kein Geld, entspricht auch nicht unserer Art Politik zu machen
- Kampagne, die vor Ort mit Menschen arbeiten
- Aufklärungskampagne: Viele Menschen sind aufgeklärt. Was machen wir mit dem Wissen? Wissen ist Ohnmacht
- Druckkampagne! Zusammenhängende, aufeinander aufbauende eskalierende Aktionsformen
- Entscheidungen haben Namen und Adressen: benennen wir sie in der Kampagne. Druck ausüben auf die EntscheiderInnen: Personalisierung
- Themen zuspitzen, so dass sie so klein werden, dass wir auch mit unseren begrenzten Kräften ein Erfolg möglich ist
- Auswahl des Themas: gerade aktuell/gesellschaftlicher Diskurs, Thema ist emotionalisiert, nicht so groß, dass Gegner nicht begeben könnte (Daimler -> Landminen, AKW->Castor, Globalisierung -> Tobin-Steuer, Apartheid->Rassentrennung in den Bussen)
- Erfolg bei zugespitzten Thema -> es gelingt in der Öffentlichkeit, das große Thema anders zu besetzen

### Was sind die Ziele von Kampagnen?

- Handlungsfähigkeit (Ohnmacht -> Wut -> Handlungsfähigkeit)
- Gruppen aktivieren: man kann wieder was tun
- Kleine Erfolge erreichen: wieder attraktiv für Andere werden
- Menschen gehen aufrechter aus den Kampagnen heraus

### Diskussion

- Wir brauchen kleine Erfolge!
- Aus individuellen/regionalen Erfolgen größere machen.
- Lenken kleine Erfolge von großen Themen ab? Beim nächsten Mal eins drauf setzen!
- Wie schafft unsere kleine Gruppe vor Ort das? Koordinierungsstelle und Kampagnenplanung helfen
- Unterschied zu Greenpeace-Kampagne: wir machen keine Medien-Großevents, die sich immer mehr abnutzen. Unsere Kampagnen sind zum selber machen, nicht für Profis
- Gute Erfahrungen mit Personalisierung bei Kommunalpolitikern
- Unser Thema spricht ein Tabu an
- Martin Luther King: „Kampagnen zielen immer auf's Herz – weil da die Brieftasche sind.“

## 3 Kampagnenkonzept

---

### Vorstellung des Entwurfs

Es lag dazu ein Arbeitspapier vor: **1.Arbeitspapier Kampagne KOS-Konferenz Sept.06.doc** (siehe Anlage)

## Diskussion im Plenum: Kinderarmut als Thema?

- Desolidarisierung: ELOs ohne Kinder kriegen dann weniger?
- unsere Aktiven sind Älter, haben keine Kinder
- Problemfälle, die aus der Gesellschaft fallen, haben keine Kinder
- + Kinder leiden sehr deutlich
- + für Betroffene einfacher für andere auf die Straße zu gehen
- Gewinnen wir die Erwerbslosen für das Thema?
- Wird den Eltern vorgeworfen, dass sie ihren Kindern das antun, dass sie erwerbslos sind
- + Absurdität von Hartz IV gut aufzeigbar, Frage des Geschicks ob man das gut rüberbringt
- + die Armut trifft zuerst die Kinder: um die müssen wir uns zuerst kümmern
- Das wird ein Kampf gegen Windmühlen
- + viele inhaltliche Anknüpfungspunkte
- + gut emotionalisierbar
- + wer soll sich für die Kinder einsetzen, wenn nicht wir
- + über Erwerbslose hinaus mobilisieren
- + ALG II-Bezug über Materialien und Aktionen herstellbar
- + auch ältere Menschen interessieren sich für Kinder
- können wir das Thema glaubwürdig aufgreifen?
- Thema wird auch von Anderen bearbeitet
- + Kinder mit einbeziehen
- + anschlussfähig an „Wir brauchen Kinder“
- mit Kindern leben ist Reichtum
- + Kindergärten haben auch Probleme mit Armut
- + von der Leyen herausfordern
- + positiv in der Öffentlichkeit
- + Vergleich reiches Kind - HartzIV-Keule
- Nicht-Kinder dürfen nicht hinten runterfallen in Aktionsformen/Plakaten
- + „Einkommen zum Auskommen“ gut
- Bezug Menschenwürde vermisst
- Spagat Kinder - unsere eigene Situation
- Vorwurf zu befürchten „Erwerbslose sind Schuld am Elend ihrer Kinder“
- Thema führt eher zu Wohltätigkeit als zu politischer Veränderung
- + Handeln statt Bedenken tragen
- + Thema ergänzen um „Stallpflicht bis 25“ und Übergang ins Berufsleben
- Thema ist zu groß für uns
- Thema ist zu sensibel, um es halbherzig aufzugreifen
- + konkrete kommunale Verbesserung durchsetzen
- + Gegenargumente als Bedenken/Mahnungen nutzen
- + „Stallpflicht bis 25“-Regel macht Thema aktuell
- + dass Andere das Thema bearbeiten, ist für uns eine Chance

## Diskussion der kritischen Anfragen in Arbeitsgruppe

### ***Können wir das Thema glaubwürdig aufgreifen?***

- Ja, mit Empathie/Einfühlung
- wir können es finanziell begründen (Stichwort Suppenküchen)
- Leute mit Kindern können es besser (Stellvertreter-Problematik)
- Kinderarmut mit uns selbst verbinden (keine Stellvertreter-Problematik)
- wir schieben die Kinder vor

### ***Kinderarmut ist das eine/unsere Armut das andere (ALG II-Bezug fällt runter)***

- Automatismus: von den Kindern geht es zu den Erwachsenen
- ALG II einbeziehen
- Statistiken 1 Kind - 5 Kinder

## Ergebnis

Das Konzept wird als Ausgangspunkt für die weitere Kampagnenplanung auf der

Konferenz akzeptiert.

## 4 Slogan

---

### 4.1 Verlauf

#### Wichtig für einen guten Slogan:

- Kurz (max. 7 Worte)
- weckt Interesse (verquer / zum Nachdenken anregend / ironisch)
- erfasst **nicht** das gesamte Thema

z.B. „Lidl ist nicht zu billigen“ (Thema Sozial steckt da nur versteckt drin)

Gemäß dem Vorschlag einer Arbeitsgruppe soll der Slogan aus einer auszuwählenden Oberzeile und der Unterzeile „Einkommen zum Auskommen“ zusammengesetzt werden.

#### Obere Zeile

Auswahl durch Priorisierung in 4er Gruppen; Diskussion der 3 Besten (s.u.); Bewertung: jedeR Anwesende bewertet jeden Slogan mit einem Punkt für „Superslogan“, zwei Punkte für „geht so“ oder drei Punkte für „nicht so gut“. Die kleinste Punktzahl ist die beste.

<i>Vorschläge aus der AG</i>	<i>Auswahl</i>	<i>Bewertung</i>
<b>Reiches Land – arme Kinder</b>	9	<b>57</b>
<b>Kinder brauchen Herz statt Hartz</b>	7	<b>74</b>
<b>Kinder brauchen Teddybären</b>	6	<b>72</b>
Kindersegen – Armut leben?	3	
Kinder brauchen Chancen	3	
Kinderarmut ist nur die Spitze	2	
Hart(z)e Zeiten für Kinder	2	
Mit Kindern auskommen	1	
Klassenfahrt als Hartzreise? Bildungsreise von Pisa nach Hartz	0	
Kinderreich – Kinder arm	0	

#### **Diskussion: Was spricht für den jeweiligen Vorschlag?**

##### **Reiches Land – arme Kinder**

- + Wirtschaft läuft - Kinder darben
- + Kontrast wird deutlich
- + Ausland blickt erstaunt auf Deutschland
- + Argument gegen sogenannten Generationensachzwang wird aufgenommen
- + Kulturkritik: Kinder nicht im Mittelpunkt
- + Zynismus des (Kritik am) Kapital(s) wird deutlich
- + Umverteilung wird angesprochen
- + Doppelter Sinn arm und arm dran
- + Arme Kinder können nicht studieren
- + Versteht jeder

##### **Kinder brauchen Teddybären**

- + Symbol für Bedürfnisse und Geborgenheit
- + Spricht Herz an
- + Positive Grundstimmung
- + Bild kommt in den Kopf

- + Beste Kombination mit Unterslogan
- + Symbol für Selbstverständliches was fehlt
- + Nimmt andere Verwendung des Teddybären-Symbols mit auf
- + griffig
- + gut visuell umzusetzen
- + stolpert über Assoziation zu anderer Kampagne (Missbrauchskampagne)
- + sehr logorelevant
- + Teddybär als Logo
- + Teddybär als Symbol für (Kinder)Liebe / Chance

**Kinder brauchen Herz statt Hartz**

- + Positives Argument
- + Kinder brauchen Zuwendung
- + Herz ist im Regelsatz nicht drin
- + Poetischer Slogan
- + Spricht Herz und Hirn an
- + Spricht Emotionen an
- + Hartz kommt vor
- + Integriert Kinder und Hartz
- + Familienthema ist mit drin
- + Kinder brauchen Herz statt Hartz IV
- + Bildzeitungsslogan mit drin?
- + Klar: Menschlichkeit statt sozialer Kälte

**Untere Zeile**

***Diskussion: Soll „Einkommen zum Auskommen“ die untere Zeile werden?***

Einkommen zum Auskommen

- + wichtige inhaltliche Ergänzung zur oberen Zeile
- + prägnant, bleibt hängen
- + Brücke zu Erwerbstätigen
- + Slogan umfasst alle - von prekär bis arbeitslos
- Zusammenhang Leistung problematisch
- „Einkommen“ erklärungsbedürftig
- + „Einkommen“ kurz und umfassend
- + „Einkommen“ hängt nicht mit Arbeit zusammen
- „Einkommen“ mit Erwerbsarbeit verbunden
- + „Einkommen“ ohne Arbeit kennt jeder von der Steuererklärung
- „Auskommen“ ist wässrig

In der Diskussion entstanden weitere Vorschläge:

Von Arbeit muss mensch leben können, ohne auch

- „ohne Arbeit“ wird intern Diskussionen auslösen
- Kinder sollen nicht mit Arbeit in Verbindung gebracht werden
- vom Begriff „Arbeit“ runterkommen
- Unter- und Oberzeile müssen zusammen passen

Kein Einkommen - kein Auskommen

**Bewertung**

<b>Vorschläge</b>	<b>Bewertung</b>
<b>Einkommen zum Auskommen</b>	<b>42</b>
Von Arbeit muss mensch leben können – ohne auch	74
Kein Einkommen – kein Auskommen	82

## 4.2 Ergebnis

<b>Reiches Land – arme Kinder</b> <b>Einkommen zum Auskommen</b>
---

Durch einen Artikel in der Zeitschrift „Kinderschutz aktuell“ wurden wir darauf aufmerksam, dass der Deutsche Kinderschutzbund (DKSB) ebenfalls eine Kampagne unter dem Slogan „Reiches Land – arme Kinder“ macht.

Es werden keine Einwände zu einer Zusammenarbeit mit dem DKSB erhoben, sie wird im Gegenteil sogar begrüßt. Eine verbindliche Stellungnahme des DKSB dazu war bislang nicht einzuholen. In den ersten Telefonaten sind jedoch keine Bedenken wegen Verwendung des Slogans geäußert worden.

## 5 Aktionsmaterialien

### Materialien, die bei Aktionen eingesetzt werden können

Brettspiele in groß auf der Straße spielen (Mensch ärgere Dich nicht, Monopoly)

Große Würfel mit Begriffen wie Mobilität, Gesundheit (1x Kind, 1x Eltern)

Memory  
Button zusammen mit Info

Infokarte mit Argumenten für Brusttasche/ Handtasche

### Bilder, die bei Aktionen dargestellt werden können

Warenkorb von 1986 ausstellen (Achtung: fehlender Bezug in Ostdeutschland)

Essen für ein Kind ein Tag  
Wie viele Monate sparen für einen Teddybär

Aufschlüsselung des Regelsatzes (was ist für Essen pro Person da?, was für Waschmittel?, was für Ansparen für die Waschmaschine?, was für Fahrtkosten? etc.)

Luxus-Teddy – Hartz IV-Teddy

Warenkorb für Kinder zusammenstellen

Gegenüberstellung: Was kostet ein Kind – Für was reicht der Regelsatz

Hartz IV-Menü von McDoof

Warenkorb pro Tag/ Woche statt pro Monat

Überflüssiges Spielzeug bei Reichen sammeln und den Wert des Überflüssigen den Hartz IV-Sätzen gegenüberstellen

Regelsatz: 3,97 € Alleinstehende, 3,58 € (Ehe)Paare, 3,18 € Kind groß, 2,38 € Kind klein (d.h. Frühstück 0,87 €, 0,78 €, 0,70 €, 0,52 €, Mittagessen 1,55 €, 1,48 €, 1,24 €, 0,93 €, Abendessen Sätze wie bei Mittagessen)

### Themen, die bei Aktionen plastisch angesprochen werden können

Bildung für arme und reiche Kinder

Gesundheit/Krankheit

Übergewicht bei Kindern ?

psychische Situation von armen Kindern

## 6 Newsletter

<i>Form</i>	<i>Inhalt</i>	<i>Adressaten</i>
<p>Email</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Max 1-2 Seiten</li> <li>• Gliederung</li> <li>• Inhaltsverzeichnis</li> <li>• Textvariante und zusätzlich PDF-Anhang</li> <li>• Logo, Slogan, Nummer der Ausgabe</li> <li>• Forderungen</li> <li>• alle 7 bis 14 Tage</li> <li>• Spendenkonto</li> <li>• Betreff</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktivitäten: Ort, Zeit, FB, z.B. Kindergartenaktion</li> <li>• Erfolge der Aktivitäten (Highlights)</li> <li>• Hinweise auf <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pressespiegel</li> <li>• Berichte über durchgeführte Aktionen</li> <li>• Geplante Verschlimmbesserungen</li> </ul> </li> </ul> <p>(max 5 Zeilen, ggfls Link auf längeren Text auf Website)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Links</li> <li>• Veränderungen im Kampagnenkonzept</li> <li>• Kinderspruch des Monats</li> <li>• Sauerei des Monats</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• alle Initiativen (ca. 600 Adressen)</li> <li>• Presseverteiler</li> <li>• Aktivenliste</li> <li>• Vernetzungspartner</li> <li>• Mitglieder/SpenderInnen</li> <li>• Hauptamtliche der Einzelgewerkschaften</li> </ul>

### Ergänzung des Newsletters auf der Website:

- Materialien
- Aktionsberichte
- Links
- Sammlung Pressespiegel (auch Rundfunk, Fernsehen)

### Umgang mit Adressen:

- die AdressatInnen sollen in den Emails nicht sichtbar sein
- Aktive sollten Adressenliste untereinander haben

**Newsletter-Redaktion:** Brigitte, Michael + Büro

**Beginn:** ab 19.9.06

## 7 Forderungen

### Wichtig für Forderungen in der Kampagne:

- Schlaglicht auf das, was wir wollen, bilden nicht unser gesamtes Programm ab
- sollen in erster Linie von der Öffentlichkeit wahrgenommen werden, d.h. sie müssen einfach und verständlich formuliert sein (Umgangsdeutsch, keine Fachwörter)
- sollen konkret formulieren, was wir vom Adressaten der Kampagne erwarten.
- Nicht alles kann in einer einzelnen Forderung drinstecken. Eine Kombination aus 3 bis max. 5 Forderungen sollte:
  - in der Öffentlichkeit einen Hoppla-Effekt auslösen
  - den eigenen Aktiven Identifikationsmöglichkeiten bieten
  - erfüllbare Teilziele enthalten

## **Bearbeitung der Forderungen am Dienstag**

Eine Arbeitsgruppe stellte 4 Forderungen vor, die auf der Grundlage eines Arbeitspapiers (siehe Anlage: 2.Arbeitspapier Kampagne KOS-Konferenz Sept.06.doc) erarbeitet wurden.

Wir fordern:

- 1. Winterkleidung für Kinder**
- 2. Keine Anrechnung von Kindergeld**
- 3. Extraleistung für Schulkinder**  
z.B. Schulbücher, Buntstifte, Zeichenblöcke, Sportsachen
- 4. Erhöhung der Regelleistung auf 420 € und Mindestlohn von 7,50 €**

In der Diskussion im Plenum wurden zwei Forderungen ergänzt

- 5. Bedarfsdeckendes Kindergeld für alle Kinder /  
eigenes elternunabhängiges Existenzminimum für Kinder /  
eigene elternunabhängige Existenzsicherung für Kinder /  
eigene elternunabhängige armutsfeste Existenzsicherung für Kinder**
- 6. Hände weg vom Existenzminimum**

### ***Diskussion im Plenum:***

#### ***zu Forderung 1:***

- welchen Satz für Winterkleidung fordern wir?
- ist das eine lokale Forderung, wollen wir eine lokale Forderung
- richtet sich an lokale Entscheidungsträger aber auch an Bundesregierung
- Recherchegruppe für konkrete Zahlen notwendig
- Sinnbilder statt übergreifende politische Forderung
- andere Formulierungen
  - besser Schuhe statt Winterbekleidung nehmen
  - Weihnachtsbeihilfe, Winterkleidung aber auch Kleidung für Sommer, auch für Schuhe
  - Wiedereinführung von (Bekleidungs)Beihilfen fordern
  - kommunale Fonds für Teddybären
  - Geld für Geburtstage

#### ***zu Forderung 2:***

- mindestens: 420 €
- schrittweise Erhöhung auf zunächst ...
- keine Zahlen nennen?
- Forderung ganz streichen?

#### ***allgemein:***

- Wer ist der Adressat der Forderung?
- Forderung 1 und 3 richtet sich an lokale Entscheidungsträger und an Bund, 2 und 4 an Bund
- prinzipielle Forderung (Beihilfenforderung) oder emotionale Forderung, die Bild auslöst (z.B. Kind ohne Mantel friert)?
- Reihenfolge der Forderungen sollen geändert werden

## **Bearbeitung der Forderungen durch eine Arbeitsgruppe am Mittwoch:**

Wir fordern:

- 1. Extrazahlungen für Mehrbedarfe der Kinder**
- 2. Als ersten Schritt:**
  - **Regelsatz von mindestens 420 Euro**
  - **Mindestlohn von 7,50 Euro**
  - **Keine Kürzung des Regelsatzes durch Sanktionen**
- 3. Elternunabhängige armutsfeste Existenzsicherung für Kinder**

(Die Forderung „Hände weg vom Existenzminimum“ ist eingeflossen in Forderung 2)

## 8 Aktionen

### 8.1 Welche Aktionen können wir vor Ort durchführen?

Zeltlager Marktplatz	Einen leeren Schreibtisch an öffentlichen Orten platzieren	Konferenz Kinderarmut, Bildungsnotstand, Zukunft?	Luftballons steigen lassen jeweils mit konkreter Forderung / Verbesserung bezogen auf Kinderarmut
Lagerfeuer			
Verkauf brotlose Kunst	Kinderforum mit Sozialverbänden	Zug der Armen vors Familienministerium	Topf schlagen mit Kindern bis es nervt
Öffentlichen Nahverkehr durch Blockaden lahm legen	Infostand	Kinder aus betroffenen Familien zu ihren Zukunftsvorstellungen befragen	Märchenerzählungen zu Hartz IV
Eltern ansprechen	Würfelspiele 1 X Eltern, 1 X Kinder	Vor Einkaufsmärkten, Wochenmärkten, vor Passagen, Einwohnermeldeamt Klagemaueraktion	Theateraufführung „Kurze“
DGB einbeziehen	Thema einbringen in einschlägigen Kreisen	Vor dem Jobcenter einen Warenkorb aufbauen	Örtliche Politiker befragen zu sozialen Brennpunkten
Bedarfsgemeinschaften mit Kindern beraten	Prinz und Bettelknabe	Bei Straßenfesten mitwirken	Stadteilvergleich (Sport, Spiel....)
Kinderdemo mit Kitas	Politiker ansprechen, die sozial eingestellt sind	Kuchenverkauf mit Spenden und Verkauf von Flohmarktartikeln	Quiz zu Kinderarmut o. ä.
Teddybärbörse	Artikel für Kommunal-Info	Mahnwache vor dem Bundestag	Eltern-Kind-Demo (Erzieher und Lehrer solidarisieren sich)
bei 21. Oktober-Demo-Vorbereitung einbringen: Hartz IV muss weg	Warenkorb durch Kinder erstellen	Kinderbutton	Forderungen von Betroffenen an großer Tafel veröffentlichen & Weitergabe an kommunale Verantwortliche
Mensch ärgere Dich nicht	Rattenfänger von Hameln - Kinder weg	Kindergarten zu einer Demo einladen, Kinder berichten lassen	Konkrete Beispiele aus Familien an die Medien geben
Öffentliche Podiumsdiskussion mit Politikern, Bündnispartnern und Betroffenen	Memory	Wochenaktion vor Einkaufs- und Supermarkt	Kinderwünsche (Wünsche von Kindern aufschreiben (lassen))
Öffentliche Podiumsdiskussion mit ErzieherInnen / LehrerInnen	1. Mai instrumentalisieren	Grundgesetz vor Argon und (großen) Kinderbutton (auch) an anderen öffentlichen Orten	Aktionen / Infostand auf Schulfest
Einen Kinderschuh und einen halben Kindermantel ausstellen	Viele Eingaben an Rathäuser & Parlamente	Kurze Theateraufführung	Malen mit Farbe und Kreide
Luftballons mit Zetteln steigen lassen	Kostenlose Museumstage, 1 X pro Woche sowohl Eltern/Kinder	Kinder auf Demo berichten lassen	Teddys verschenken
Vor Einkaufszentren von Passanten Buntstifte spenden lassen	Rollenspiel-Vergleich: ALG II-Jugendlicher – „normaler“ Jugendlicher	Trommelveranstaltungen, Lärm machen durch Kinder	Spielstraßen vor Jobcentern, Kommunen & Argon
Kinderbettelaktion von Supermarkt	Lampionkette vor der Arge / kommunale Einrichtung	Sprühaktion von Kindern	Infostand
größere Kinder sprechen im Landtag vor	Kuchenbasar	St. Martins Zug nutzen (mit Kindern), Ende des Umzugs Bundestag	Zuckerbrot (& Peitsche)
Ballonflug über Jena nur für Kinder	Aktion: Männer machen was mit „nichts“	Forderungen von Kinder auf großer Tafel veröffentlichen	Hungerstreik vor den Argon
Rollenspiel Thema „Konfirmation“	Kreative „Aktionen“ mit dem Kinderschutzbund in Fußgängerzone		Sketche entwickeln und vortragen
Kinder fragen im Stadtausschuss/-rat zu Hartz IV	Kinder backen mit erwachsenen Personen für alle Kinder / Kinderfest, Kuchen und verteilen, (für guten) Zweck geben und nehmen		

Grundgesetz (und Filme) auf Argen projizieren mit mobilem Beamsystem z.B. auf Wagen	Zusammenhang von Stellenabbau, Lohnrückerei und Sozialabbau – Hartz-Schraube für Erwachsene und Kinder als Schauspiel und Kabarett	Hungerstreik, Liveschaltung mit Webcam vor der Arge und an öffentlichen Orten (ca. vier Wochen lang)	Warenkorb von Kindern zusammenstellen lassen
Versteigerung			Warenkorb - Quiz
Politiker zu Hause aufsuchen mit Transparenten	Familiendemo mit Polit-clown	Aktion mit örtlichem Kinderschutzbund vor Argen/Rathaus, Verkauf von gefüllten Schultüten	Armutsfrühstück gemäß Warenkorb
Luftballons	Drastisches Kabarett auf öffentlichen Plätzen zu Sozialabbau und Folgen (Hungerstreik, Schulen....)	„Kinderfest“ mit örtlichem Kinderschutzbund, Verkauf von Laternen beim Martinsfest	Bildungslabyrinth (u.a. Konsequenzen von Armut, schlechte Bildung, keine Ausbildung, usw.)
Flyer verteilen	Hungerstreik in Schulen	„Mahnwachen“ mit dem örtlichen Kinderschutzbund zeitlich begrenzt z.B. vor Weihnachten, Konfirmationen, Schulanfang (Orte themenbezogen wählen)	Gesetzgebungslabyrinth
Kartons beschriften	Fest der Armut „real“		Waschtag
Musikalische Klagemauer aus Frauen			Straßentheater, um psychische Situation von armen Kindern zu thematisieren
Mit Kindern zu Politikern gehen und von ihren Probleme erzählen lassen			

## 8.2 Welche zentralen medienwirksamen Aktionen fallen uns ein?

Waschtag mit Waschbrettern und Bürsten ohne Waschpulver, Regelleistung ansparen monatlich 2,10 € und 1,40 € für Waschpulver, am offenen Bach in der Innenstadt	Warenkorb, was braucht ein Kind zum Leben	Besetzen des Frankfurter Römer	Konferenz aller „Kinder“ betreffender Organisationen zum Thema organisieren (z.B. KSB, internationale Koalition für Kinderrechte)
Schuhe putzen für den Mindestlohn	Lampionumzug am Vorabend des Kindertages	Mehr Proteste organisieren	„Blockade“ symbolischer Ort mit „Riesensandkasten“ – Sand im Getriebe
Radtour	Schule Aktion Ungleichheit PISA	Kinderspuren vernetzen	Parlamentsdebatte von Kindern zum Thema Existenzsicherung im Bundestag
Demo auf den Brocken führen	Kinder sehen öffentlich fern (kein Geld für Bücher, Nachhilfe, Bildung)	Solikonzert (d.h. freier Eintritt)	Aktion auf Spielmesse
ständige Mahnwache vor dem Kanzleramt 3-5 Personen	Kindertreffen organisieren zum Thema Armut	Kinderfest in jeder Stadt (Landeshauptstadt)	Verhüllungsaktion von symbolischen Orten
Lager vor den Argen mit Briefkarten wegen sofortiger Arbeitsaufnahme	Besetzung des Rathauses durch Kinder	Marathonlauf mit Laufbuggy	Selbsthilfegruppe für von Hartz IV betroffenen Eltern
Zeltlager auf der Mülldeponie	Menschenskind	„Umsonst-Aktionen“ im öffentlichen Nahverkehr, bundesweit gleichzeitig	Errichtung von Kindermuseum
Bettelgang (zum Rathaus) im Büßerhemd um Brief abzugeben, da eine Briefmarke zu teuer ist	sich morgens um 4 Uhr bei den Argen zum Dienst melden, damit die Argen lernen, früh aufzustehen	Seilakt, rauf und runter, nach Sternen greifen, wer runter fällt, hat einfach Pech gehabt	Symbolische Übergabe eines überdimensionalen Symbols in ... (Berlin)
Aktion vor der Frankfurter Börse	Kinder sprechen zum Thema Armut	Schwimmaktion – Jugendlicher Hartz IV, Kinder im Bodensee	Potsdamer Platz „als Symbol für reich“ als Spielplatz für Kinder
Jugendprotest vor Elektromarkt (kein Geld für PC)	Kindermarsch zu Zeitungsredaktionen	Kinderparlament im Reichstag: Forderung nach elternunabhängiger Existenzsicherung	Diskussionsrunde mit Sabine Christiansen mit „Hartz IV“-Kindern
Kindermarsch zum Reichstag	Massen-E-mails an MdB	Kreuzzug der Kinder nach Berlin	Pressekonferenz mit Erzieherinnen: Kinder in Armut – Kinder ohne Chancen
Schulkinderstreik (Bücher fehlen)	Kindertreffen zum Thema Armut	Hartz IV-Empfänger spenden ein Frühstück für den Kindergarten nach ihren Maßgaben	
	Autobahnkreuze mit Kindern besetzen	Hartz IV Frühstück für 0,52 € im Kindergarten	
	Besetzung der Schulämter (im) Ort, (auf dem) Land		
	Besetzen markanter Punkte z.B. Frankfurter Römer, Kaisersaal		

Kleidertausch reicher und armer Kinder gleichaltrig im TV	Eltern und Kinder gehen gemeinsam umsonst bei der Regierung/Familienministerium (in der Kantine) essen	Am „Kindertag“ Argen besetzen, mit Kindern	Nach dem Motto: Die fetten Jahre sind vorbei, umsonst im Restaurant essen gehen
Kinderspiel: Trampolin-Springen („Messlatte höher machen“ „Wir springen den Regelsatz höher“)	Exemplarisches Zusammenstellen von Schulmaterial für Hartz IV-Leistung	Warenkorb für Kinder Hartz IV	Personenbezogene Plakate eines prominenten „Gegners“: Ich bin verantwortlich für fehlende Teddybären“
Bildungslabyrinth mit Sackgasse für Kinder in Armut	Erlebnispädagogik in der Arge z.B. Schnitzeljagd	Warenkorb für Reiche (Statistik) und für arme Kinder an zentralem Ort zeigen	Einkaufen umsonst im teuren Geschäft
Kinderkonferenz zur Artikulierung ihrer eigenen Bedürfnisse unter Hartz IV	Dokumentation über Familien (Kinderfälle) mit Kürzung (z.B. Video / Vorarbeit fürs Fernsehen)	Aufsuchen Spezialgeschäft für teure Lebensmittel z.B. Wein für 500 € - Vergleich, was steht dem Kind zu	Was brauch' ich für mein Kind?
Teilnahme am Euromarsch zum G 8 Gipfel	Aktion: Wir geben unsere Kinder zurück – wir können sie uns nicht mehr leisten (à la Babyklappe)	„Reiche“ durchschnittliche Arbeitnehmerfamilie, „arme“ Hartz IV Familie, monatliches Einkommen sichtbar machen	Spendenaktion / Stiftung – Urlaub von Hartz IV für Kinder
Selbsthilfegruppe „Anonyme Hartz IV geschädigte Kinder“	Arme Kinder vor Reichstag	Ein Rathaus/Parteibüro oder vergleichbares belagern/besuchen	Besetzen von Verkehrsknotenpunkten (z.B. Autobahn, U- und S-Bahn etc.)
Kletterwandwettbewerb „armer“ und „reicher“ Kinder an gesicherter Kletterwand	Kinder besetzen das Rathaus		Luftballons mit (aufgedruckten) Forderungen gegen Kinderarmut verteilen (ggf. mit Karten)

### 8.3 Mit welchen Aktionen können wir Spenden einwerben?

Versteigerung eines attraktiven Gegenstandes z.B. Autogramm eines Sportlers	Unicef ansprechen für Unterstützung	Verkauf / Versteigerung von Kinderkunst zu einem bestimmten Thema	Anfrage / Antrag Sparkasse für konkrete Aktion (Öffentlichkeitsaktion)
Koch für Essenaktion finden/gewinnen - Unkosten werden als Spende gestellt	Sponsorenlauf, je 1 Euro oder Startgebühr	Ausstellung „Kinder in Armut“ mit Begleittexten	Sachspendenaufrufe
Gebührenpflichtige Beratung	Sponsorenlauf Kinder bzw. Jugendliche laufen	Ausstellung und Verkauf „Brotlose Kunst“	Werben mit einem noch zu entwickelnden Leitbild
Attac-Gruppen ansprechen	weinendes Kind (Plakat)	Soziale Dienstleistung gegen Entgelt	Spendendosen aufstellen u.a. in Läden
Promi für Werbeaktion für Spende gewinnen	Kinderschutzbund einspannen	Unesco „einspannen“	Tombola, Losbude
	Gewerkschaftsfachbereiche ansprechen	Kleine Dienstleistung gegen Entgelt z.B. Schuhe putzen	Flohmarkt

## 9 Konkretisierung von Aktionsideen

Auswahl von Aktionen zur Weiterbearbeitung:

- Seilakt, rauf und runter, nach Sternen greifen, wer runter fällt, hat einfach Pech gehabt
  - Hartz IV Frühstück für 0,52 € im Kindergarten
  - Diskussionsrunde mit Sabine Christiansen mit „Hartz IV“-Kindern
  - Pressekonferenz mit Erzieherinnen: Kinder in Armut – Kinder ohne Chancen
  - Kleidertausch reicher und armer Kinder gleichaltrig im TV
  - Kinderspiel: Trampolin-Springen („Messlatte höher machen“ „Wir springen den Regelsatz höher“)
  - Arme Kinder vor Reichstag
  - Besetzen von Verkehrsknotenpunkten (z.B. Autobahn, U- und S-Bahn etc.)
  - Luftballons mit (aufgedruckten) Forderungen gegen Kinderarmut verteilen (ggf. mit Karten)
- (aus Zeitgründen wurden nicht alle bearbeitet)

Aufteilung in mehreren Arbeitsgruppen gemäß **Arbeitsgruppenkonzept Kampagne KOS-Konferenz Sept.06.doc** (siehe Anlage)

Zur Konkretisierung der Aktionen gemäß **Arbeitspapier Konkretisierung Aktion Kampagne KOS-Konferenz Sept.06.doc** (siehe Anlage)

Erstellen einer Aktionsskizze zu einer ausgewählten Aktionen gemäß **Arbeitspapier Aktionsskizze Kampagne KOS-Konferenz Sept.06.doc** (siehe Anlage)

Präsentation der Aktionsskizzen mit Visualisieren auf Flipchart

(Am Beispiel der Frühstücksaktion in Kindergärten sind alle Ergebnisschritte protokolliert. Zu den anderen Aktionen ist lediglich stichwortartig mitgeschrieben ohne Anspruch auf Vollständigkeit.)

## 9.1 Frühstücksaktion 52 Cent

Titel/Motto	nur inhaltlich: kleine Kinder bekommen nur 52 Cent für ein Frühstück
Ziel	Bewusstmachen eines Regelsatzskandals
Inhalt	Regelsatz verdeutlichen / Konsequenzen
AdressatenInnen	Kindergärtnerinnen, Eltern und eingeschränkt Kinder, ggf. Träger der Kita
Aktionsform	Aktivierungsaktion unter Vermittlung von Inhalten
Ort	Kindergarten, Elternhaus, ggf. in Verbindung Kinderfest vor Kita
Zeitraum	eigentliche Aktion ein Tag, Vorbereitung der konkreten Aktion mit ErzieherInnen ca. 1 Woche
Material intern	Infoblätter, Anleitung
Material extern	Presseerklärung, Presseinladung
Finanzierung	gering, GEW
Verantwortlichkeiten	Kitaleiter, Ansprechpartner der GEW, Ver.di Aktivisten der Alogruppe
Zeitplan bis zur Aktion	je nach Träger des Kindergartens / Konferenz der LeiterInnen
Zeitplan während der Aktion	siehe oben, ca. 1. Woche
Verknüpfung mit anderen Aktionen	zu überlegen
Bündnispartner	Kirchen, Sozialverbände, Träger von Kitas usw.

### **Frühstücksaktion Kita – 52 Cent**

- Planung Alogruppe mit GEW-/Ver.di-Vertreter Fachbereich Kita
- Vorstellung der Aktion schriftlich und mündlich in Kita / Kita-Leiterkonferenz, etc. (je nach Verbreitung der Aktion)
- Anmeldung zur Aktion durch Kita/s
- Materialienversand bzw. –ausgabe inklusive Ablaufplan
- Start der Aktion: ca. 1. Woche
  - Ablauf: Info der Erzieherinnen im Detail
  - Elternbrief / Kinder einbeziehen
  - eigentlicher Aktionstag: Kinder bringen Frühstück mit, ausstellen und „Armenmahl“

- Begleitung der Aktion
  1. Vorabinformation an Presse mit Einladung zum Aktionstag / Foto!!!
  2. Pressemitteilung für Redakteur mit Hintergrundmaterial ggf. von KOS – oder Ansprechpartner in Kita
  3. Auswertung der Aktion in Kita
  4. Ergebnisse feststellen / Fragebogen
  5. An die Presse u. an Politiker (u.a. Sozialausschüsse) mit Forderungen gehen
- Auswertung der Aktion in Alogruppe und Kampagnenrat etc.

## **9.2 Ich gebe mein Kind zurück - ich kann es mir nicht leisten (Babyklappenaktion)**

vorgestellt durch Arbeitsgruppe mit Rollenspiel

Wer:	Alogruppe ggf. zusammen mit DGB-Jugend ggf. mit Puppe?, keine Kinder?
Was:	Aktion mit Rollenspiel / Theater, mit akustischem Signal
Begleitung:	Flugblätter, Infotisch, mit mindesten 6 Aktiven
Wo:	an belebtem Ort oder je nach Situation auch vor Arge
Zeitraum:	1- 3 Stunden

## **9.3 Familienfest**

Ziele:	informieren, sensibilisieren, aufrütteln
Inhalte:	Kinderarmut ist durch Hartz IV gestiegen, entfallen von Leistungen, zu geringer Regelsatz, Kosten für Kind gestiegen auf 549 Euro (laut statistischem Bundesamt),
Wer soll erreicht werden?	Beteiligte, Betroffene und Nichtbetroffene, Person des öffentlichen Lebens, Medien
Wie:	z.B. durch Märchen, Trommelaktion, Sketche, Mahnwachen, offenes Mikrofon, usw.
Aktionsbeispiel:	Märchenstunde
Ort:	Kleine Bühne
Zeitraum:	Adventszeit
Material intern:	Zelt, Bühne, Beschallung
Material extern:	Flugblatt, Flyer, Slogan
Verantwortlich:	Kampagnenrat vor Ort
Zeitplan:	ab sofort, ¼ Jahr, während der Aktion max. drei Aufführungen je 20 Min.
Verknüpfen mit anderen Aktionen:	Bestandteil des gesamten Festes mit verschiedenen Einzelaktionen

## 9.4 „Familienoffensive“ („Politikaktion“ der Landesregierung in Thüringen)

Ziel:	Stoppen und Zurücknahme der Familienoffensive, Familien besser zu stellen statt Existenzminimum
Ort:	an öffentlichem Platz oder Regierungsgebäude
Zeitraum:	drei bis 4 Std.
Material intern:	Gasflasche
Material extern:	Luftballons, Karten, Flyer, Stifte, Bänder
Verantwortliche:	Bündnispartner, Ordnungsamt
Zeitplan bis Aktion:	1 Monat
Zeitplan während der Aktion:	1 Std.
Inhalte:	Verursacherprinzip, Politiker haben es verbochen, Politik denkt nicht an die jetzigen Kinder, nur an die zukünftige Generationen
Wer soll erreicht werden:	Politiker, Betroffene, Verbände und Vereine, Medien, Gewerkschaften
Mit wem:	Zusammenarbeit mit Ver.di und GEW und Kitas, Schulen, Eltern, Kinder
Wie:	Marsch zum Landtag oder Staatskanzlei, mit viel Lärm, Z.B. Trommeln, Rasen, etc. Luftballons mit Forderungen von Eltern und Kindern versehen vor jeweiligen Plätzen oder Gebäuden steigen lassen
Verknüpfung mit anderen Aktionen:	Stadtrundgang und Demo

## 9.5 zweite Luftballonaktion

vieles ähnlich wie obige Aktion, aber zu bedenken:

- Pressebegleitung
- Bündnispartner
- Auswertung
- Zeitpunkt

Material:	Bänder für Luftballons
Zeitraum:	1 Monat
Wann:	bei Zentraldemo in einem Monat

## 9.6 Laternenumzug

basteln und „Forderungen aufstellen“ verbinden

Wann:	um die Weihnachtszeit
Inhalte:	Regelsatz reicht nicht "Armut ist für Kinder schädlich" soll transportiert werden: z.B. nicht ins Kino gehen, nicht mit Freuden in die Disko
Wer soll erreicht werden:	alle Familien sollen erreicht werden, Nichtbetroffene, Gewerkschaftsfunktionäre, Politikern
Wie:	Aktionsaufrufe an Bündnispartner, Zeitung, bei Ämtern auslegen,

	Pressemitteilung, Bürgerfunk
Weg/“Methode“:	Emotionen wecken, Mitleid, Schuldgefühl, aber besser Sympathie gewinnen und noch besser Mitstreiter, Um die Weihnachtszeit, da Assoziationen möglich: da haben wir die Bescherung verschiedene Aktionsformen sollen stattfinden, Erläuterung nur am Beispiel Laternenumzug hat Hartz an Weihnachten gedacht?, was für eine Bescherung?
Wo:	u.a. in der Innenstadt, durch die Straßen ziehen und Abschluss auf zentralem Platz
Was:	denkbar (auch) Sternmarsch auf Berlin
Zeitraum:	Vorweihnachtszeit
Verantwortlich:	???
Zeitplan:	ab jetzt
Zeitpunkt:	um den Sankt Martins-Zug
Zeitraum:	ca. 2 Stunden